

تبیین نقش خانواده در اجرایی کردن اقتصاد مقاومتی با الهام از سیره علوی

عسگر آرمون^۱، عبدالله مهدوی^۲، حجه الاسلام کاظم معاضدی^۳

۱- دکتری علوم تربیتی مدرس دانشگاه علوم پزشکی اردبیل، a.armoun@yahoo.com

۲- دکتری مدیریت و عضو هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی اردبیل

۳- مدرس حوزه علمیه و عضو هیأت علمی گروه معارف دانشگاه علوم پزشکی اردبیل

چکیده

از گام‌های اساسی در توسعه اقتصادی کشور، «اقتصاد مقاومتی» است. برنامه‌ریزی و سازماندهی مناسب اقتصادی در خانواده و جامعه، تضمین‌کننده تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی است. در این راستا از شاخصه‌های مناسب جهت برنامه‌ریزی و سازماندهی اقتصادی، سیره متعالی علوی است. این مطالعه با هدف تبیین «نقش خانواده در اجرایی کردن اقتصاد مقاومتی با الهام از سیره علوی»، انجام شده است. مطالعه حاضر به روش کتابخانه‌ای-اسنادی به بررسی مؤلفه‌ها و الزامات اقتصاد مقاومتی در حوزه خانواده و ابعاد تغییرات در سطوح دانش، نگرش و رفتار اقتصادی خانواده در جهت اجرای اقتصاد مقاومتی بر مبنای سیره علوی پرداخته است. نتایج مطالعه بیانگر این است که همگام سازی برنامه‌های اقتصادی با سیره عملی و نظری حضرت علی(ع) و ایجاد تغییرات سازنده در سطوح دانش، نگرش و رفتار اقتصادی خانواده ضروری است. همچنین جهت تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی، لحاظ نمودن رویکرد اقتصادی علوی در سیاست‌گذاری و تعیین خط مشی اقتصادی، می‌تواند مؤثر باشد.

واژگان کلیدی: اقتصاد مقاومتی، خانواده، سطوح تغییرات، سیره علوی

۱- کلیات

۱-۱: مقدمه

آشفته‌گی و بحران اقتصادی از عمده‌ترین مسائلی است که جامعه جهانی امروز و به خصوص کشورمان را به چالش کشانده است. گسترش مسائل و نابسامانی‌های اقتصادی، از جمله؛ مصرف‌زدگی، تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری در جامعه، سبب تزلزل نظام اقتصادی خانواده و جامعه و باعث وابستگی به نامحرمان می‌شود. علت پایین بودن رشد اقتصادی کشور در کمبود سرمایه و منابع مالی نیست بلکه به طور عمده مربوط به شیوه معیشت اقتصادی خانواده‌ها می‌باشد. افزون بر این اعمال تحریم‌های اقتصادی ظالمانه بر کشور از سوی مستکبرین بر مسائل و مشکلات اقتصادی افزوده لذا نظام اقتصادی کشور را ملزم به اتخاذ یک نظام اقتصادی پویا و اثربخش می‌کند. اقتصاد مقاومتی نوعی مدیریت اقتصادی است که در مواجهه با چنین نابسامانی‌ها در مصرف و منطقی‌سازی رفتار اقتصادی مطرح گردیده است.

از راهکارهای اجرای اقتصاد مقاومتی و غلبه بر مسائل اقتصادی، تغییر در شیوه معیشت است. نکته‌ای که باید در این جا مد نظر قرار گیرد این است که تغییر اغلب چنان آهسته و آرام اتفاق می‌افتد که شخص متوجه تغییرات نمی‌گردد. لذا باید احتیاط نمود تا این تغییرات مخرب و غیر سازنده نباشد. افزون بر این، بر اساس آیات قرآن کریم، هر فردی موظف است در حد توان خویش در قدم اول در اصلاح خود و در مرحله بعد در اصلاح جامعه و جهان کوشش نماید (هود: ۸۸)^۱. چنان که بر اساس روایات وارده از اولیای الهی و ائمه اطهار (ع) و آیات قرآن کریم^۱، علت اصلی

^۱ - «إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ»

هلاکت بسیاری از جوامع در رفاه زدگی و تجمل گرایی، بازنگری نکردن در اعمال خود و درس نگرفتن از گذشته معرفی شده است.

سطوح و رده های تغییر در انسان عبارتست از تغییر در دانش، نگرش و رفتار. اقتصاد مقاومتی یک واکنش تغییر در برابر پیچیدگی مسائل و بحران های اقتصادی است که بعنوان گزینه ای جهت تغییر عقاید، نگرشها، ارزش ها و رفتار اقتصادی خانواده ها می توان به آن نگریست.

نکته حائز اهمیت این است که انسان در برابر تغییرات از خود مقاومت نشان می دهد. در این راستا می توان با شناسایی و معرفی منابع مطمئن و جذاب در تسهیل تغییرات، از میزان مقاومت در برابر تغییرات انسانی کاست. یکی از منابع بسیار مطمئن و پرجاذبه، سیره امام علی(ع) و استفاده از معارف متعالی آن حضرت در تغییرات در سطح افراد جامعه، به خصوص در سطح خانواده ها است. در این زمینه، با مطالعه آراء و اندیشه های صاحب نظران علوم تربیتی و دینی می توان دریافت که حضرت علی(ع) در ابعاد معرفتی، معیشتی، تربیتی و اخلاقی بعنوان الگویی متعالی و شایسته در جامعه اسلامی مطرح است.

۱-۲: بیان مسأله

طی چند سال اخیر در کشورمان، انواع کالاهای مجلل و لوکس غیر ضروری، از طریق کانال های مختلفی مثل؛ صدا و سیما (آگهی های تبلیغاتی، فیلم ها و سریال ها)، روزنامه ها، مجلات و تابلوهای تبلیغاتی در داخل و خارج از شهر تبلیغ و ترویج می شود. این نوع تبلیغ ها بر بسیاری از افراد و خانواده ها تأثیر گذار بوده و به مرور نگرش، بینش و رفتار اقتصادی آنها را تغییر داده است و در شرایط بحران اقتصادی جهان امروز، در آنان نوعی نیاز کاذب و مخرب ایجاد کرده است. آسیب این امر زمانی بیشتر شده که نوعی رقابت در خرید کالاهای تجملاتی در درون و بین خانواده ها ایجاد شده است. تنوع طلبی و زیاده خواهی برخی از خانواده ها مهم ترین دلایل نابسامان شدن وضعیت اقتصاد خانواده و به تبع آن جامعه گشته است. ادامه این روند و تجدید نظر نکردن در تبلیغات و شیوه معیشت در بین خانواده ها به مرور آثار جبران ناپذیری را به بار خواهد آورد.

علاوه بر مسائل فوق، اعمال و گسترش تحریم های ظالمانه دولت های غربی و آمریکا علیه کشورمان، بر مسائل و مشکلات اقتصادی افزوده است. در راستای مقابله با مسائل اقتصادی ظهور یافته در جامعه و حل استراتژیک آن مسائل، از سوی مقام معظم رهبری و اندیشمندان و صاحب نظران عرصه اقتصادی بحث «اقتصاد مقاومتی» در جامعه مطرح شد. طی این سالها پژوهشگران و صاحب نظران عوامل متعدد دخیل در زمینه تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی را مورد مطالعه و بررسی قرار داده اند، اما در این میان نقش نهادهای اجتماعی کوچک تر و در عین حال مهم تری، مانند؛ «خانواده» در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی چندان مورد توجه و مطالعه قرار نگرفته است.

آثار و تبعات مسائل اقتصادی اغلب دامن گیر خانواده هاست. در حوزه خانواده اهمیت اقتصاد و مسائل مرتبط با آن به حدی زیاد است که بر اساس نتایج پژوهش های انجام شده و نیز مطابق گزارش دادگاه های خانواده، ریشه اصلی اکثر اختلافات و تشنجات در خانواده، مسائل اقتصادی خانواده است (صدر، ۱۳۹۱: ۸۱).

بشر همیشه به دنبال تغییرات مثبت و سازنده و خودداری از تغییرات منفی و بی ثمر بوده است و تلاش نموده است که تغییرات را کنترل و مدیریت نماید تا آثار زیان بار آن زندگی اش را تهدید نکند. یکی از ضرورت های مورد توجه در نقش اقتصادی افراد، تغییر شیوه معیشت در راستای اقتصاد مقاومتی است.

۲- از جمله آیات نازل شده در این زمینه، آیات ۴۲ و ۴۴ سوره انعام، آیه ۵۸ سوره قصص و آیات ۱۱۶ و ۱۱۷ سوره هود است که در این آیات رفاه زدگی و تأثیرات مخرب آن بر جامعه بیان شده است و چگونگی نابودی و انحطاط جوامع به سبب همین رفاه زدگی تشریح شده است.

در شرایط بحران اقتصادی امروز، ضرورت تربیت صحیح اقتصادی، در سطح خانواده و جامعه به شدت احساس می شود. در این راستا یکی از راه های غلبه بر مسائل و بحران های اقتصادی امروز، افزایش دانش، تغییر نگرش و اقدام عملی در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی است. بر همین اساس، هر نوع برنامه ریزی در جهت تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی بدون توجه به نقش تربیتی-اقتصادی افراد جامعه و به خصوص اعضای جامعه بی نتیجه خواهد بود. با توجه به اینکه مسائل و بحران های اقتصادی کشورهای صنعتی غربی را نیز با چالش های جدی مواجه ساخته، لذا سیاست این کشورها در غلبه بر این مسائل، تغییر در سبک زندگی جوامع در حال توسعه با ایجاد نیازهای کاذبی جهت فروش تولیدات خود می باشد و تا حدودی نیز در نیل به این مقصود موفق بوده اند. در گام اول از برنامه های اصلی آنان، تغییر نگرش کشورهای هدف در راستای مصرف گرایی صرف و تجمل گرایی بوده است. فلذا، اقتصاد مقاومتی باید از تغییر در دانش و نگرش ها آغاز شود و سپس تغییر در دانش و نگرش بتواند رفتارها را اصلاح کند. اجرای اقتصاد مقاومتی تغییر در دانش، نگرش و رفتارهای مردم را می طلبد. با توجه به اینکه عملکرد و رفتار مردم و شیوه معیشت آنان بیشتر نشأت گرفته از باورها و اعتقادات آنان می باشد، از این رو در مکتب اسلام الگوی عملی مسلمانان نشأت گرفته از انبیای الهی و ائمه اطهار(ع) است. در همین راستا سیره متعالی علوی یکی از الگوهای تعیین کننده رفتارهای مسلمانان و به ویژه شیعیان می باشد. لذا تبیین دیدگاهها و رفتار عملی حضرت علی(ع) می تواند در ترسیم خط مشی و جهت دهی به رفتارهای اقتصادی پیروان حضرتش بسیار سازنده باشد.

با تأمل در بینش و سیره متعالی علوی می توان چنین استنباط نمود که صرفه جویی، قناعت و پرهیز از تجمل گرایی و چشم هم چشمی، از مکانیسم های قوی در جهت ممانعت از ایجاد و گسترش مشکلات اقتصادی در جامعه و نیز از ملزومات اجرای مدیریت اقتصادی خانواده ها و تضمین کننده ی موفقیت آن است(رزاقی، ۱۳۹۱: ۱۲۵).

۱-۳: اهداف مطالعه

الف) هدف کلی:

تبیین نقش خانواده در اجرایی کردن اقتصاد مقاومتی با الهام از سیره علوی (دیدگاه و رفتار اقتصادی حضرت علی علیه السلام).

ب) اهداف جزئی:

- ۱- آشنایی با نحوه خط مشی گذاری اقتصادی در جامعه؛
- ۲- شناسایی الزامات اقتصاد مقاومتی در خانواده از دیدگاه اندیشمندان اقتصادی و حضرت علی(ع)؛
- ۳- ایجاد تغییر در خانواده در سطوح دانش، نگرش و رفتار اقتصادی افراد جامعه در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی مطابق سیره علوی؛
- ۴- آگاهی از نحوه تبعیت اعضای خانواده از سیره اقتصادی علوی در تحقق اقتصاد مقاومتی.

۱-۴: اهمیت و ضرورت مطالعه

وضع تحریم های مختلف اقتصادی از سوی دولت های غربی و آمریکا و در عین حال اتکا بر درآمدهای تک محصولی ناشی از فروش نفت، از چالش های عمده اقتصادی در کشور می باشد. جهت مدیریت اقتصادی و کاستن از آثار سوء این مسأله راهکارهای متعددی مطرح شده است که از مناسب ترین این راهکارها استفاده از الگوی اقتصاد مقاومتی می باشد.

موفقیت اجرای برنامه های اقتصاد مقاومتی وابسته به عوامل و زمینه های متعددی است که یکی از این عوامل افراد جامعه و نقش اقتصادی آنان می باشد. در همین راستا عوامل چندی بر دانش، نگرش و رفتار اقتصادی افراد تأثیر می گذارند که یکی از این عوامل اعتقادات و باورهای دینی افراد می باشد که جهت دهنده رفتارها و عملکردهای اقتصادی می باشد. در کشور ما به لحاظ اعتقاد به دین اسلام و ارادت قلبی مردم به انبیاء، اولیای الهی و معصومین(ع)، سبب شده است که عملکرد و رفتارهای مردم با الهام از آموزه های مکتب اسلام صورت بگیرد. از آموزه های دینی که الگوی عملی برای جامعه اسلامی می باشد، فرهنگ متعالی و انسان ساز علوی می باشد.

امروزه از بنیادی ترین و با اهمیت ترین مسائل در جامعه، مسائل اقتصادی است. بر اساس نتایج پژوهش های میدانی انجام گرفته و مطابق گزارش کارشناسان اقتصادی و مسئولین دادگاه های خانواده می توان استنباط نمود که اقتصاد خانواده اساس و ریشه اکثر چالش ها و آسیب ها در حوزه ی خانواده است.

شاخصه های اقتصاد مقاومتی در جامعه عبارتند از ساده زیستی، قناعت، صرفه جویی و نیز دوری از اسراف و تجمل گرایی. امروزه اغلب نیازها و نیز مصارفی که توسط افراد جامعه انجام می شود، نیازهای کاذب و غیر حیاتی و غیر ضروری می باشد که بنا به دلائلی از جمله چشم هم چشمی و رقابت انسان ها با همدیگر در خرید و مصرف کالاها و خدمات غیرضروری در جامعه رواج یافته است. با مصرف کالاها و خدمات ضروری و بهره گیری حساب شده از آن، می توان جلوی بسیاری از ریخت و پاش ها و اتلاف ها را گرفت.

با توجه به اینکه سیره نظری و عملی حضرت علی (ع) برای انسان های تمام اعصار همانند چراغ هدایت و راهنمایی است همچنان که از خود آن حضرت فرموده اند: «إِنَّمَا مَثَلِي بَيْنَكُمْ مَثَلُ السَّرَاجِ فِي الظُّلْمَةِ يَسْتَضِيءُ بِهِ مَنْ وَلَجَهَا» (دستی، ۱۳۸۴، خطبه ۲۲۹: ۷۵۶)؛ مثل من در میان شما، مثل چراغ در تاریکی است، آن که به تاریکی پای گذارد از آن چراغ روشنی جوید، افزون بر این، با توجه به اینکه محتوای کلام و توصیه های حضرت علی(ع) تنها مطابق با دوران و زمانه خویش نمی باشد، بلکه گفتار و سخنان حضرت در همه ی زمان ها و برای همه نسل ها قابلیت کاربرد دارد. همچنین، به جهت اینکه رفتار و دیدگاه حضرت علی(ع) ترسیم کننده ی معیشت و اقتصاد مطلوب برای جامعه انسانی می باشد و متأسفانه دیدگاه اقتصادی آن حضرت آن طور که سزاوار است، مطالعه و برای خانواده ها تبیین نشده است. لذا عوامل مذکور تبیین کننده ضرورت مطالعه در حوزه راهکارهای عملیاتی کردن اقتصاد مقاومتی از منظر سیره علوی می باشد.

۱-۵: سوالات مطالعه

۱. چگونه و با چه خط مشی هایی می توان با تهدیدهای اقتصادی جامعه مقابله و از ایجاد آن پیشگیری نمود؟
۲. الزامات اقتصاد مقاومتی در خانواده بر اساس دیدگاه اندیشمندان اقتصادی و حضرت امام علی(ع) چیست؟
۳. آیا بین تغییر در دانش اعضای خانواده و تحقق اقتصاد مقاومتی طبق سیره علوی ارتباط وجود دارد؟
۴. آیا بین تغییر در انگیزش اعضای خانواده و تحقق اقتصاد مقاومتی بر مبنای سیره علوی رابطه وجود دارد؟
۵. آیا بین تغییر در رفتار اعضای خانواده و تحقق اقتصاد مقاومتی بر اساس سیره علوی ارتباط وجود دارد؟
۶. تبعیت اعضای خانواده از سیره اقتصادی علوی تا چه حد در تحقق اقتصاد مقاومتی تأثیر دارد؟
۷. در چه شرایط و وضعیتی، اهداف اقتصاد مقاومتی در بین اعضای خانواده به مرحله اجرا در می آید؟

۱-۶: روش مطالعه

مطالعه حاضر، به روش کتابخانه ای- اسنادی انجام گرفته است. بدین صورت که نتایج پژوهش های میدانی مرتبط در مجلات علمی- پژوهشی و گزارش تحقیقات انجام یافته و نیز اسنادی نظیر؛ منابع اصیل دینی، تفاسیر قرآن، کتب

ارزشمند اندیشمندان اسلامی، کتب معتبر که حاوی احادیث و روایات منقول از حضرت امام علی (ع) و متون تربیتی است، بررسی و مرور گردید. سپس با استفاده از فرم‌های فیش‌برداری، اطلاعات کافی گردآوری و ثبت شد و در راستای دستیابی به اهداف پژوهش، توصیف و تحلیل گردید.

۷-۱: یافته‌های پژوهش

یافته‌های این مطالعه بر اساس سوالات پژوهش به شرح ذیل است:

- سوال ۱: بر اساس نتایج این مطالعه، با استفاده از مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک اقتصادی و نیز اجرای اقتصاد مقاومتی می‌توان با تهدیدهای اقتصادی در جامعه مقابله و از بروز آن پیشگیری نمود.
- سوال ۲: مطابق بررسی انجام شده، الزامات اقتصاد مقاومتی در خانواده بر اساس دیدگاه اندیشمندان اقتصادی و سیره علوی همسو می‌باشد و هر دو دیدگاه بر تغییرات در خانواده در راستای استفاده مناسب از امکانات اقتصادی و دوری از ریخت و پاش در خانواده تأکید می‌کنند.
- سوال ۳، ۴ و ۵: بر اساس نتایج این مطالعه، بین تغییر در دانش، نگرش و رفتار اقتصادی اعضای خانواده و تحقق اقتصاد مقاومتی بر مبنای سیره علوی ارتباط مستقیمی وجود دارد.
- سوال ۶: طبق نتایج بررسی انجام یافته، تبعیت اعضای خانواده از سیره اقتصادی علوی در حد بالایی در تحقق اقتصاد مقاومتی تأثیر دارد.
- سوال ۷: بر اساس نتایج این مطالعه، در صورتی اقتصاد مقاومتی در خانواده عملیاتی می‌شود که اعضای خانواده تغییرات لازم در دانش، نگرش و رفتار خود مطابق با نیازهای واقعی خویش را بدهند و الگوهای اقتصادی مورد تأکید حضرت علی(ع) و اقتصاد مقاومتی را اجرا کنند.

۸-۱: تعاریف متغیرهای مطالعه

اقتصاد مقاومتی: بنا به تعبیر رهبر معظم انقلاب «اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که در شرایط فشار، در شرایط تحریم، در شرایط دشمنی‌ها و خصومت‌های شدید می‌تواند تعیین کننده رشد و شکوفایی کشور باشد.^۲» اقتصاد مقاومتی، اقتصادی است که جامعه حتی در موقعیت فشار، محاصره و تحریم اقتصادی و مالی هم به روند رو به رشد و شکوفائی اقتصادی خود ادامه دهد و در برابر هر نوع تهدیدی مقاوم باشد. همچنین، این نوع اقتصاد به مفهوم آمادگی روحی و عملی برای مقاومت در برابر حملات اقتصادی دشمن و طراحی الگوی اقتصادی در قالب الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت در میان مدت و دراز مدت است.

خانواده: خانواده به گروه دو یا چند نفره‌ای اطلاق می‌شود که با هم زندگی می‌کنند، درآمد مشترک برای غذا و دیگر ضروریات زندگی دارند و از طریق خون، فرزند خواندگی یا ازدواج، با هم نسبت دارند. در یک خانواده ممکن است یک یا چند خانواده زندگی کنند (اعزاز، ۱۳۸۵: ۶۴). برخی خانواده را یک سازمان اجتماعی دانسته، بعضی روابط خویشاوندی و همخونی را اساس تشکیل خانواده تلقی کرده‌اند، عده‌ای دیگر عامل اقتصادی و نیز عوامل روانی و جنسی را سبب پیدایش آن قلمداد کرده‌اند (کاتوزیان، ۱۳۹۳، ج ۱: ۳-۱).

سطوح تغییرات: در این مطالعه سطوح تغییرات در خانواده و جامعه، شامل تغییر در دانش، نگرش و رفتار اقتصادی افراد در راستای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی است.

^۲ - از بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با دانشجویان، ۱۶ مرداد ۱۳۹۱

دانش: دانش به مجموعه ای از علایم گفته می شود که توضیح معنا یا محتوای تفکراتی است که فرد به شکل قابل توجهی، یقین دارد که آنها صحیح هستند. بنابراین «دانستن» حالتی ذهنی و دارای سه ویژگی است: ۱) شخص یقین دارد که درست است؛ ۲) شخص می تواند آن را تبیین و توجیه نماید و ۳) آن موقعیت صحیح است یا به نظر می رسد صحیح باشد. در این راستا دانش شناسی به مطالعه و بررسی پیرامون دانش و عناصر سازنده آن، یعنی داده و اطلاعات می پردازد (ابرامی و فتاحی، ۱۳۸۶: ۲۶).

نگرش: نگرش ترکیبی از باور ها و هیجان هایی است که شخص را پیشاپیش آماده می کند تا به دیگران، اشیا و گروه های مختلف به شیوه ی مثبت یا منفی نگاه کند. نگرش ها ارزیابی از اشیا را خلاصه می کنند و در نتیجه پیش بینی یا هدایت اعمال یا رفتارهای آینده را بر عهده می گیرند (اتکینسون و هیلگارد، ۱۳۷۸: ۱۳۸). آلپورت نیز نگرش را چنین تعریف می کند: «حالتی ذهنی یا عصبی حاکی از تمایل، که از طریق تجربه سازمان یافته و بر پاسخ های فرد به تمامی موضوعات و موقعیت هایی که با آن در ارتباط است، تأثیری جهت دار یا پویا دارد» (اتوکلاين، ۱۳۹۲، ج ۲: ۵۳۸).

رفتار: هر فعالیت و عملی که موجود زنده انجام می دهد و متضمن کارهای بدنی آشکار و پنهان اعمال فیزیولوژیک، عاطفی و فعالیت عقلی باشد، این اصطلاح برای هر عمل خاص یا مجموعه اعمال به کار می رود (شعاری نژاد، ۱۳۹۰: ۵۴). همچنین تغییر رفتار به کاربرد مجموعه ای از اصول و فنون یادگیری گفته می شود که هدف آن اصلاح رفتار افراد می باشد (سانتراک، ۱۳۸۹: ۲۱).

سیره علوی: در این مطالعه منظور از سیره علوی شامل سیره عملی و نظری حضرت امام علی (ع) است. سیره عملی مربوط به منش و شیوه زندگانی اقتصادی حضرت علی (ع) می باشد و مقصود از سیره نظری، بینش، دیدگاه و طرز تفکر آن حضرت در زمینه های اقتصادی و مالی مردم است.

۲- پردازش موضوع

۲-۱: اقتصاد مقاومتی^۳ و گستره آن

مردمی که قناعت، تعادل و درست و به جا مصرف کردن را پیشه خود سازند، خودکفا و بی نیاز از دیگران خواهند بود و می توانند بی آن که دست نیاز به سوی دیگران دراز کنند خود را مدیریت کنند و مسائل و مشکلات پیش روی را خودشان حل نمایند. در اینصورت است که اقتصاد مقاومتی تجلی می یابد و فشارها و تحریم ها تأثیر خود را از دست می دهد و اتکا بر توان و نیروهای خودی ظهور می یابد.

در زمینه معیشت و اقتصاد در زندگی آیات و روایات متعددی وجود دارد. قرآن کریم در راستای توجه و اهمیت دهی به معیشت و تلاش انسان در این زمینه در سوره جاثیه، عبارت «لِيَبْتَغُوا فِيهِ مِنْ فَضْلِهِ» را آورده و فرموده است: «اللَّهُ الَّذِي سَخَّرَ لَكُمُ الْبَحْرَ لَتَجْرِيَ الْفُلُكُ فِيهِ بِأَمْرِهِ وَ لِيَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ» * وَ سَخَّرَ لَكُم مَّا فِي السَّمَاوَاتِ وَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعاً مِنْهُ^۴؛ خداوند همان کسی است که دریا را برای شما مسخر کرد تا کشتی ها به فرمانش در آن حرکت کنند و بتوانید از فضل او بهره گیرید و شاید شکر نعمت هایش را به جا آورید * و آنچه را در آسمانها و آنچه را در زمین است همه را از ناحیه خودش مسخر شما ساخت.

بر اساس تفاسیر قرآن کریم، در آیات فوق مقصود از عبارت «لِيَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ» تلاش و فعالیت های اقتصادی است. افزون بر این، احاطه انسان بر آسمان و زمین و بهره گیری از منابع و نعمت های آن، بدون استفاده از ابزارهای

^۳ -Resistive Economy

^۴ -سوره جاثیه، آیات ۱۲ و ۱۳.

لازم، امکانات مدرن و فن‌آوری‌های جدید و پیشرفته، امکان پذیر نمی باشد. بنابراین، تشویق به فعالیت های اقتصادی، می تواند عاملی ترغیب کننده در جهت فراهم سازی زمینه و ابزار تولید اقتصادی نیز باشد. بر این اساس، خداوند امکانات تولید کالا و خدمات مورد نیاز آدمی را به دست او نهاده و وی را به تصرف و بهره مندی از آن ترغیب نموده است (ایروانی، ۱۳۹۲: ۶۴).

مبانی فکری و اساس اقتصاد مقاومتی در ایران اسلامی از «قاعده نفی سبیل» نشأت گرفته که این قاعده از آیه ۱۴۱ سوره نساء اتخاذ شده است: «وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا»؛ خداوند هیچ راهی برای سلطه گری کفار بر مومنان و مسلمانان قرار نداده است. بر همین مبنا باید در مقابل هر عاملی که سدی در برابر اقتصادی پویا و سالم و متناسب با مبانی و ظرفیت های کشور است، مقاومت و پایداری نمود.

شهید مطهری در راستای تبیین مسأله مصرف زدگی می نویسد: «...آیا این همه محصولات ماشینی که در دنیا تولید می شود بر اساس احتیاج بشر است؟ ابداً. امروز هزاران نیرنگ در دنیا به کار می برند تا اینکه مصرف های مصنوعی بسازند. تمام وسایل ارتباط جمعی دنیا جهت ایجاد اشتباهی کاذب در مصرف کردن در خدمت سرمایه داران بزرگ است» (مطهری، ۱۳۸۹: ۲۳۷).

خانواده ها با مدیریت مناسب درآمد و مخارج خود و برقراری تعادل بین آن دو و همچنین انتقال آموخته های خویش به فرزندان می توانند نقش بسزایی در بهبود اقتصادی و توسعه صنعت کشور داشته باشند. اما با کمال تأسف روی آوری گسترده به تجمل گرایی و چشم هم چشی از تهدید های جدی است که در فرهنگ اقتصادی خانواده های ایرانی رو به گسترش است و این امر آثار زیانباری بر خانواده ها داشته و بر اقتصاد کشور فشار فزاینده ای وارد ساخته است. نکته در خور توجه آن است که اکثر کشورهای تولید کننده این کالاهای لوکس و تجملاتی، خود مصرف کننده کالاهای تولیدی شان نیستند و صرفاً با هدف سود آوری، کالاهای خود را به سایر کشورها می فروشند تا از مشکلات اقتصادی خود بکاهند!

لذا محیط اقتصاد مقاومتی با تجدید نظر در رفتارهای اقتصادی خانواده ها و تغییر نگرش در راستای مصرف منطقی کالاها و دوری از اسراف و نیز حضور فعال در تولید ملی و مصرف کالاهای تولید داخل، ایجاد می شود. نکته قابل ذکر این است که اصطلاح اقتصاد مقاومتی با آنچه در غرب از آن با عنوان «ریاضت اقتصادی»^۵ یاد می کنند متفاوت است. ریاضت اقتصادی، طرحی است که دولت ها در جهت کاهش هزینه ها و رفع کسری بودجه به اجرا می گذارند. دولت ها در راستای تحقق اهداف ریاضت اقتصادی برخی از اقدامات نظیر؛ کاهش و یا حذف برخی خدمات و مزایای عمومی، افزایش میزان مالیات، دریافت وام ها و کمک های مالی خارجی انجام می دهند.

جهت ایجاد یک اقتصاد مقاومتی در کشور، باید به تمامی ابعاد اقتصادی و تولیدی در کشور توجه نمود و از اتکا به اقتصاد تک محصولی (نفت) خودداری نمود. وابستگی به اقتصاد تک محصولی خود یکی از نقاط ضعف و از عوامل آسیب پذیری نظام اقتصادی کشور می باشد. طراحی و تدوین برنامه ها در اقتصاد مقاومتی باید بر اساس برنامه ریزی استراتژیک صورت گیرد. کارکرد برنامه ریزی استراتژیک ایده فراکنشی به جای تفکر واکنشی داشتن است. یعنی در برنامه ریزی استراتژیک به جای واکنشی عمل کردن با طراحی برنامه های آینده نگرانه مانع از به وجود آیی مسائل و مشکلات اقتصادی می شویم و حالت پیشگیری از ایجاد مشکلات آتی در برنامه، ملاک عمل است.

۲-۲: الگوهای مطلوب اقتصادی در بینش حضرت امام علی (ع)

آموزه های مکتب اسلام در راستای بارور سازی و شکوفایی اقتصادی به کاربرد فکر و اندیشه و استفاده مناسب از امکانات طبیعی و بهره گیری صحیح از نعمت های در دسترس و نیز به کارگیری نیروهای انسانی شایسته، توجه و تأکید فراوانی داشته است. بر توزیع عادلانه سرمایه در بین همه مردم فرمان داده است و در این زمینه از تسلط و تصرف تعداد معدودی از افراد بر سرمایه های کلان جامعه منع نموده است. استقلال اقتصادی و محتاج نبودن به بیگانگان و استفاده حداکثری از فرصت و زمان در دسترس جهت رشد و توسعه اقتصادی از دیگر محورهای اقتصادی مورد تأکید مکتب انسان ساز اسلام می باشد.

از عوامل کلیدی و کانونی در هرم ساختاری اقتصاد مقاومتی؛ اقتصاد مردم نهاد می باشد که بر پایه «اقتصاد خانواده» استوار است. امروزه ورود کالاهای تجملاتی غربی - که خود تولیدکنندگان غربی بازار فروش چندی در کشور خود ندارند- در خانواده های ایرانی نفوذ کرده و با تأسف سبک زندگی آنان را تغییر داده است. تغییر شیوه زندگی تا به حدی گسترده است که رواج الگوهای غلط غربی در خانواده ها و فاصله گرفتن از فرهنگ اسلامی خویش شده است.

پیامدها و تبعات برخی از مصداق های تجمل گرایی و اسراف، فقط متوجه شخص اسراف کننده و تجمل گرا می شود که از آنها به «اسراف فردی» تعبیر می شود، ولی آثار و تبعات پاره ای از مصداق آن دامن گیر دیگران نیز می شود که از آنها به «اسراف فرا فردی» تعبیر می شود. بدیهی است حرمت و نکوهش قسم دوم، شدیدتر است (کلانتری، ۱۳۹۰: ۳۰۶).

از اهداف و مؤلفه های اصلی اقتصاد مقاومتی، خودکفایی و استقلال اقتصادی و بی نیازی از انسان های مستکبر و ظالم است. این امر مورد تأیید و تأکید حضرت امام علی (ع) نیز می باشد. مطابق دیدگاه متعالی حضرت امام علی (ع)، از شاخصه های اقتصاد مطلوب و شایسته، بی نیازی به دیگران است.

از منظر امام علی (ع)، یکی از زمینه های اصلاح اقتصادی و برقراری تعادل اقتصادی در جامعه، رفع مشکل اقتصادی نیازمندان و فقیران می باشد. این عمل علاوه بر ثمرات دنیوی، موجب رحمت الهی و رهایی از سختی ها و شدائد اخروی می شود. افزون بر این، رفع نیاز اقتصادی از یک مسلمانی، ارزش و پاداشی بالاتر و برتر از بیست حج دارد (حر عاملی، ۱۴۰۹ ق، ج ۱۶: ۳۶۳-۳۶۵) و از محبوب ترین اعمال نزد خدا محسوب می شود (ابی یعقوب، ۱۴۰۵ ق، ج ۲: ۱۰).

حضرت علی (ع) در راستای تحقق اهداف استقلال اقتصادی و بی نیازی به دیگران، در موارد متعددی مردم را از گرایش به الگوهای نامناسب اقتصادی منع کرده و همگی را به قناعت و داشتن زندگی متعادل فرا می خواند. آن امام بزرگوار در راستای قناعت در زندگی، شیعیان خود را چنین توصیف می فرماید: «شِيعَتُنَا هُمْ... أَهْلُ الْفَضَائِلِ، النَّاطِقُونَ بِالصَّوَابِ، مَا كَوَّلَهُمُ الْقُوَّةَ، وَ مَلَبَسَهُمُ الْاِقْتِصَادَ وَ مَشِيَّهُمُ التَّوَّاضُعُ...» (مجلسی، ۱۴۰۳ ق، ج ۷۸: ۲۹)؛ شیعیان ما... اهل فضایل و ناطقان به صوابند. به اندازه قوت خود می خورند و در پوشش میانه رو بوده و هنگام راه رفتن متواضعند... همچنین آن حضرت ضمن سفارش بر پیروان خویش در دستگیری از نیازمندان، دوری از تجمل گرایی و اشرافی گری، به آثار زیانبار اخروی ثروت اندوزی به هر نحو و روشی اشاره کرده و می فرماید: «الْمَالُ يَرْفَعُ صَاحِبَهُ فِي الدُّنْيَا وَ يَضَعُهُ فِي الْآخِرَةِ» (تمیمی آمدی، ۱۴۰۸ ق، ج ۲: ۷۱)؛ مال صاحبش را در دنیا بلند مرتبه می گرداند و در آخرت او را پست می کند. همچنین آن حضرت به مسئولیت ثروتمندان در قبال مال و ثروتشان می فرماید: «إِنَّ اللَّهَ سُبْحَانَهُ فَرَضَ فِي أَمْوَالِ الْاَغْنِيَاءِ أَقْوَاتَ الْفُقَرَاءِ: فَمَا جَاعَ فَقِيرٌ إِلَّا بِمَا مَنَعَ غَنِيٌّ، وَاللَّهُ تَعَالَى جَدُّهُ سَائِلُهُمْ عَنْ ذَلِكَ» (دشتی، ۱۳۸۴، حکمت ۳۲۰: ۱۲۴۲)؛ خداوند سبحان گذران نیازمندان را در اموال توانگران واجب ساخته است. بنابراین بینوایی گرسنه نماند، مگر به خودداری توانگر؛ و خدای، از این کارشان بازخواست می کند!

علاوه بر توصیه های حضرت علی (ع)، سفارش به «تقدیر در معیشت»، در روایات متعددی از ائمه اطهار (ع) ذکر شده است و این امر تبیین کننده اهمیت داشتن الگوی مناسب اقتصادی در زندگی و حسابگرانه و منطقی عمل کردن در هزینه ها و سایر امور زندگی و برقراری تعادل و هماهنگی میان نیازها و درآمدهاست.

۲-۳: نیازسنجی اقتصادی در خانواده

از راهکارهای اصلی ممانعت از رواج الگوهای نامناسب اقتصادی در جامعه، نیازسنجی، تشخیص نیازها و اولویت بندی آن ها با در نظرگیری توانایی ها و امکانات موجود جامعه می باشد. برای داشتن مصرف صحیح، برنامه ریزی اقتصادی لازم است. از آن جا که مصرف برای تأمین نیاز می باشد و نیازها هم هر روزآمد و متنوع است و از طرف دیگر منابع درآمدی افراد محدود می باشد، باید نیازها را طبقه بندی و اولویت بندی کرد تا بین درآمد و هزینه ها تعادل برقرار شود.

روایات وارده از امام علی (ع)، ترسیم کننده فرهنگ درست و در حد نیازهای واقعی مصرف کردن، تعادل و میانه روی در مصرف، خودداری از هر گونه تجمل و اسراف گرایی، پرهیز از پایمال کردن و نابجا مصرف کردن اموال است. بطور کلی محور کلام اقتصادی حضرت علی (ع) در راستای تحقق فرهنگ صحیح مصرف و داشتن اقتصادی سالم بوده است. بر همین مبنا، ضروری است در برنامه ریزی اقتصادی جامعه به مراحل و موارد ذیل توجه شود:

۱- اهداف مالی جامعه ی هدف به صورت صریح و واضح تعیین شود؛

۲- اطلاعات لازم در زمینه امکانات مالی و انسانی جمع آوری گردد؛

۳- درآمد و امکانات مالی افراد به دقت پیش بینی و محاسبه شود؛

۴- نیازهای اقتصادی افراد بر اساس منابع مالی موجود اولویت بندی گردد.

از منظر روایات وارد شده، رعایت نکردن موارد بالا و نیازسنجی نکردن و اولویت ندادن به نیازها موجب بروز مسائل مختلف اقتصادی و از جمله سبب افزایش مخارج نسبت به درآمدها و بدهکاری فرد می گردد: «إِنَّ أَعْظَمَ الْمَصَائِبِ مُصِيبَةُ الدِّينِ، وَأَسْنَى الْمَرْزِئَةِ مَرْزِئَتُهُ» (همان: ۴۲۰)؛ بزرگ ترین مصیبت، بدهکاری است و بالاترین محرومیت و بلاء، همان بدهکاری است. از منابع مهم در شناسایی نیازهای حقیقی انسان از نیازهای غیر ضروری، دقت در اهداف خلقت انسان است. با توجه به اینکه هدف از خلف انسان رسیدن به قرب الهی و کمال انسانی است، لذا برنامه ریزی در راستای نیازهای کمال گرای انسان باید در اولویت باشد.

قرآن کریم اموال دنیا را در صورتی شایسته و مورد نیاز انسان می داند که او را از یاد خدا و آخرت دور نسازد. در این راستا می فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُلْهِكُمْ أَمْوَالُكُمْ وَلَا أَوْلَادُكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْخَاسِرُونَ» (منافقون: ۹)؛ ای کسانی که ایمان آورده اید! مبدا اموال شما و فرزندان شما را از یاد خدا غافل کند و هر کس چنین کند، آنان خود زیانکارانند.

در آیه دیگری نیز اموال دنیوی را وسیله ای برای آزمایش و امتحان انسان معرفی کرده و فرموده است: «إِنَّمَا أَمْوَالُكُمْ وَأَوْلَادُكُمْ فِتْنَةٌ وَاللَّهُ عِنْدَهُ أَجْرٌ عَظِيمٌ» (تغابن: ۱۵)؛ اموال شما و فرزندان شما صرفاً برای آزمایش اند و خداست که نزد او پاداشی بزرگ است.

نیازهای مطلوب انسانی با تأمل در آیه ۶ سوره انشقاق به خوبی می تواند ترسیم و تدوین شود: «يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدْحًا فَمُلَاقِيهَ»؛ ای انسان، حقاً که تو به سوی پروردگار خود به سختی در تلاشی و او را ملاقات خواهی کرد.

بنابراین، حضرت امام علی(ع) تأکید ویژه ای بر داشتن برنامه ریزی درست اقتصادی و متعادل بودن در معیشت و مصارف اقتصادی در چارچوب نیازهای معقول و منطقی انسان دارد. از منظر آن حضرت اگر فردی دارایی و ثروت زیادی دارد، به جای روی آوردن به تجمل گرایی و خارج از محدوده نیاز مصرف کردن، به دستگیری از نیازمندان و حمایت اقتصادی کردن از آنان بپردازد.

حضرت علی (ع) الگوی اقتصادی خویش و محدوده نیازهای اقتصادی خود در زندگی را چنین اشاره می فرماید: «فَوَاللَّهِ مَا كَنْزْتُ مِنْ دُنْيَاكُمْ تَبْرًا وَلَا اَذْخَرْتُ مِنْ غَنَائِمِهَا وَفَرَا وَلَا اَعْدَدْتُ لِيُبَالِي تَوْبِي طُمْرًا وَلَا خَزْتُ مِنْ اَرْضِهَا شِبْرًا وَلَا اخَذْتُ مِنْهُ اِلَّا كَقَوْتِ اَتَانٍ دَبْرَةً وَلِهِيَ فِي عَيْنِي اَذْهَى وَ اَهْوَنُ مِنْ عَفْصَةٍ مَقْرَّةٍ»؛ به خدا سوگند از دنیای شما طلا و نقره ای نیندوخته ام و از غنائم و ثروت های آن، مال فراوان ذخیره نکرده ام و برای این لباس کهنه، بدلی مهیا نساخته ام و از زمین آن حتی یک وجب در اختیار نگرفته ام و از دنیا بیش از خوراک مختصر و ناچیزی برنگرفته ام و این دنیا در چشم من بی ارزش تر و خوارتر از دانه تلخی است که بر شاخه درخت بلوطی بروید (دشتی، ۱۳۸۴: نامه ۴۵).

حضرت علی (ع) چنین شیوه معیشتی و نیازسنجی اقتصادی را مختص خویش دانسته و فرموده است: آگاه باشید که امام شما در زندگی دنیوی به همین دو جامه کهنه و در طعام به دو قرص نان قناعت نموده است، بدانید! شما توانایی آن را ندارید که چنین باشید، اما با ورع، تلاش، عفت و پیمودن راه صحیح مرا یاری دهید (همان).

مطابق روایات وارد شده از حضرت علی (ع)، الگوی پیشنهادی آن حضرت برای پیروانش در نیازسنجی مطلوب اقتصادی، رعایت تعادل و توازن اقتصادی می باشد. در همین راستا آن حضرت در مورد اتخاذ سبک اعتدال و میانه روی در زندگی می فرماید: «مَنْ صَحِبَ الْاِقْتِصَادَ دَامَتْ صَحْبَهُ الْغِنَى لَهُ، وَ جَبَرَ الْاِقْتِصَادَ فَقْرَهُ وَخَلَّاهُ» (تمیمی آمدی، ۱۴۰۸ق، ج ۱: ۹۱۶)؛ هر که با میانه روی هم نشین شد، هم نشینی توانگری با او دوام یافت و میانه روی فقر و کاستی او را جبران کرد. در مقابل آن حضرت پیروانش را از هر گونه اسراف تیزیر بر حذر داشته و می فرماید: «السَّرَفُ مَثْوَاءٌ، وَالْقَصْدُ مَثْرَاءٌ» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۲: ۱۹۲)؛ اسراف موجب هلاکت و میانه روی مایه زیاد شدن ثروت است. همچنین آن حضرت در این زمینه می فرماید: «مَنْ تَحَرَّى الْقَصْدَ خِفَتْ عَلَيْهِ الْمُونُ»؛ هر که میانه روی پیشه کند، هزینه زندگی اش سبک می شود (همان، ج ۷۱: ۳۴۲).

از مجموع محتوای کلام علمی حضرت علی (ع) برمی آید که خانواده و جامعه باید زمینه لازم را برای برآورده ساختن نیازهای افراد به وجود آورند، منتها در برآورده ساختن نیازها، باید نیازسنجی و اولویت بندی نیازها در برنامه ریزی اقتصادی لحاظ شود. در عین حال امام علی(ع) در هر شرایطی فقر و تنگدستی و دچار شدن افراد جامعه به آن را شایسته نمی داند؛ چرا که فقر و تهی دستی، علاوه بر اینکه آرامش روانی افراد را مختل می کند و ذهن را آشفته می سازد، زمینه لازم را برای ایجاد اختلاف بین افراد در خانواده و نیز فساد و بزهکاری در جامعه را فراهم می سازد. بر همین اساس است که آن حضرت از دچار شدن به فقر و تهی دستی به خداوند متعال متوسل می شود (طوسی، ۱۴۱۱ ق: ۵۳۹).

۲-۴: نقش آموزش در تغییر رفتار اقتصادی افراد

ایجاد تغییرات مثبت اقتصادی در جامعه و فرهنگ سازی مطلوب، در راستای «آموزش مناسب» امکان پذیر است. بر همین مبنا، آموزش را فرآیندی هدفمند برای تسهیل یادگیری می دانند که در طی آن تجربیاتی که بر شیوه درک مردم در ارتباط با محیط های اجتماعی، فرهنگی و فیزیکی خود تاثیر گذار است، منتقل می شود. همچنین آموزش به فرایند انتقال معلومات، نگرشها و مهارتها از فرد یا گروهی به فرد یا گروه دیگر برای ایجاد تغییرات در ساختارهای شناختی، نگرشی و عملی - مهارتی آنها گفته می شود (صدری، ۱۳۹۲: ۱۴).

در تبیین مراحل تأثیرگذاری آموزش می‌توان گفت که آموزش در مرحله اول باعث آگاهی بخشی و ارائه اطلاعات شناختی به فرد تحت آموزش (بعد دانش) و در گام بعد سبب ایجاد انگیزه و بینش (بعد نگرش) می‌شود و سرانجام در گام آخر موجب ایجاد رفتار صحیح (بعد عملیاتی) در آموزش گیرندگان می‌شود.

از کارکردهای اصلی آموزش، تغییر در نگرش مردم است. اگر آموزش متناسب با فراگیران و با در نظرگیری فرهنگ حاکم بر جامعه باشد، می‌تواند در تغییر نگرش اثربخش باشد. تغییر نگرش از این لحاظ اهمیت دارد که، مسیر تغییر رفتار و عملکرد افراد را هموار می‌سازد. در واقع بدون تغییر در نگرش، تغییر در رفتار ممکن نخواهد بود.

در حیطه خانواده، از اصلی ترین نقش خانواده، نقش آموزشی است. والدین باید به فرزندان در حوزه های مختلف و از جمله در حیطه اقتصاد آموزش لازم را ارائه بدهند. اگر شیوه صحیح مصرف، قناعت، صرفه جویی، خودداری از اسراف و ریخت و پاش در خانه و خانواده برای فرزندان تشریح گردد، اهداف اقتصاد مقاومتی تحقق می یابد.

بسیاری از والدین، نمی توانند و یا تلاش نمی کنند فرزندان خود را با آموزش های ضروری آشنا سازند. این در حالی است که آموزش به عنوان یک عامل مهم پیشگیری کننده از بروز مسائل و مشکلات متعدد مطرح شده است. با این حال مقصود اصلی از آموزش فقط ارائه اطلاعات نیست، بلکه باید افراد تحت آموزش این توانمندی را داشته باشند تا معلومات، عقاید و رفتار خود را ارزیابی کرده، در اصلاح و استمرار عملکرد خود تصمیم صحیحی را اتخاذ کنند. بنابراین هدف اصلی آموزش، خود کنترلی و تشویق افراد به انجام اقداماتی است که سبب حفظ و بهبود رفتار عملی و شیوه معیشت آنان شود.

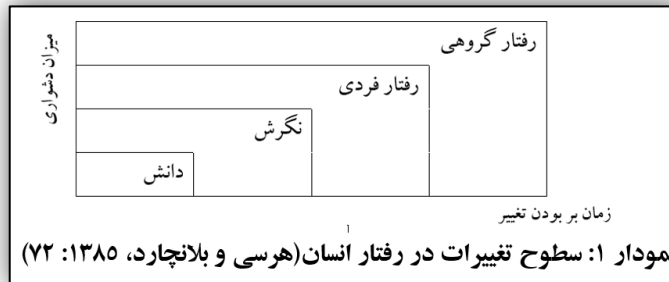
با تأمل در نگرش و دیدگاه متعالی حضرت امام علی(ع)، می توان استنباط نمود که علاوه بر آموزش آداب و رفتارهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی در از طریق خانواده و مسئولین آموزشی، باید جامعه به شکل مناسبی افراد را با نکات معنوی و تربیت دینی آشنا نمایند. این شیوه گذشته از اینکه فرد را با مبدا حقیقی جهان آفرینش مأنوس می سازد؛ در آنان روحیه اعتماد به نفس و نیروی استقامت و پایداری در مقابل مشکلات طاقت فرسای زندگی نیز ایجاد خواهد کرد و در نتیجه منش اقتصادی متعال در بین اعضای خانواده ها و به تبع آن در جامعه گسترش خواهد یافت.

۲-۵: الزامات اقتصاد مقاومتی و ابعاد تغییرات انسانی

برای همسو سازی افراد جامعه با شاخصه های اقتصاد مقاومتی، باید تغییرات اساسی در رفتار اقتصادی آنان به وجود آید. با توجه به اینکه رفتارها نشأت گرفته از دانش، بینش و نگرش می باشد، لذا جهت تغییر در رفتار افراد، باید در قدم اول در دانش و نگرش آنان تغییر به وجود آید. تغییرات در رفتار انسان با توجه به میزان گستردگی و دشواری به ترتیب در چهار سطح رده بندی می‌شود: ۱- تغییرات در دانش و معرفت؛ ۲- تغییرات در نگرش یا گرایش، ۳- تغییرات در رفتار فردی و ۴- تغییرات در رفتار گروهی.

راحت‌ترین و سریع‌ترین نوع تغییر، ایجاد تغییر در دانش و معرفت است. بعد از این سطح، تغییر در نگرش قرار دارد. به لحاظ اینکه نگرش، دارای جهات عاطفی مثبت یا منفی می باشد، دارای ساختاری متفاوت از ساخت دانش و معرفت است. در سطحی بالاتر، تغییر در رفتار فردی است که به طور چشمگیری دشوارتر و زمان برتر از دو تغییر پیشین است، و سرانجام بالاترین سطح تغییرات، ایجاد تغییر در عملکرد گروهی یا جمعی است. از آنجایی که این سطح از تغییرات به تغییر در عادات، آداب و سنتها مربوط است، دشوارترین و زمان برترین تغییرات می باشد (هرسی و بلانچارد، ۱۳۹۳: ۲۲).

این که چرا مردم بصورتی که می بینید عمل و رفتار می کنند دلایل زیادی دارد. یکی از این دلایل باورها می باشد. اما با وجود این مهمترین سطح تغییراتی که باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد، تغییرات در دانش و نگرش افراد است، زیرا؛ لازمه تغییرات بنیادی در رفتار فردی و گروهی، ایجاد تغییرات در دانش و به ویژه نگرش افراد می باشد. کانون اصلی مورد توجه در سیره تربیت اقتصادی امام علی(ع)، تغییر و اصلاح رفتار افراد، گروه ها و جامعه است و در این میان، پیچیدگی های رفتار انسان علت اصلی دشواری دستیابی به این هدف است.



شیوه زندگی و رفتار و عملکرد اقتصادی خانواده ها ممکن است آگاهانه و یا ناآگاهانه باشد. ولی نکته ای که باید بدان توجه نمود این است که شکل گیری و تغییر رفتارها می تواند تحت تأثیر متغیرهای گوناگونی مثل؛ هنجارهای اجتماعی، یادگیری، تجارب گذشته فرد در فضای خانواده، مراکز آموزشی، تفاوت های فردی، انگیزش ها، اعتقادات، باورها و نگرش های فرد باشد.

۲-۶: مهارت های تغییر معیشت در راستای اقتصاد مقاومتی

شیوه معیشت یا سبک زندگی، روش نظامند مصرف، ادراک و ارزش دهی به محصولات مادی مورد مصرف است که معیارهای هویتی را در چارچوب زمان و مکان نشان می دهد. سبک زندگی واژه ای است که در فرهنگ سنتی چندان کاربرد نداشته است، چرا که همراه با نوعی انتخاب از بین تعداد بسیاری از امکانات موجود است، این رویکرد راهی است که به درک مدرن بودن سبک های زندگی و تقابل آنها با شکل بندی های پیشین می انجامد و این معنای نمادین، اموری توافقی هستند که مدام در حال از نو ابداع و خلق شدن هستند (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۲۰).

همچنان که ذکر شد، معمولاً تغییر یک فرایند آرام و مستمر است. اگر سبک مصرف و الگوهای اقتصادی در جامعه نامعقول و اشتباه است، به یقین این مسأله به تدریج در جامعه ایجاد شده است. بنابراین هرگونه برنامه ریزی جهت تغییر و اصلاح الگوهای اقتصادی جامعه باید این نکته را در نظر داشته باشد که بهبود و اصلاح نیز یک امر تدریجی و گام به گام است.

برای هر یک از ابعاد تغییرات (دانش، نگرش و رفتار) خانواده در راستای اقتصاد مقاومتی مراحل و گام های چندی باید طی شود. گام های تغییر در الگوهای اقتصادی خانواده ها به شرح ذیل می باشد:

۱- آمادگی برای تغییر

۲- برنامه ریزی برای تغییر

۳- عملیاتی ساختن برنامه تغییر

۴- حفظ و تداوم تغییر.

۲-۷: ابعاد تغییرات انسانی جهت پیاده سازی اقتصادمقاومتی در سیره علوی

۲-۷-۱: تغییر در دانش

عصر حاضر، عصر دانش است. در سطح بین‌المللی کشوری که دانش بیشتر و به‌روزتری داشته‌باشد دارای قدرت و اعتبار بالایی می‌باشد؛ بنابراین امروزه اصلی‌ترین مزیت رقابتی^۶ در جامعه جهانی، دانش و تغییر در دانش است (تاکوچی و نوناکا، ۱۳۹۴: ۱۷).

بر اساس نتایج بررسی‌های انجام شده، یکی از ابزارهایی که موجب تغییر در دانش و شناخت اعضای خانواده می‌شود، ابزار تبلیغ و اطلاع‌رسانی است. در این راستا یکی از موانع برسر راه شناخت صحیح، به‌روز و جدید نبودن محتوا و نیز روش‌ها و ابزارهای مورد استفاده در تبلیغات اقتصادی است. نتایج حاصل از پژوهش‌های انجام شده تبیین‌کننده این نکته است که اثربخشی تبلیغ از راه سخنرانی و کلام بر تصمیم‌گیری مصرف‌کننده در ادبیات علمی به‌خوبی اثبات شده است (Burgee & Steffes, 2009: 42-59). بعنوان نمونه در حوزه معیشت و خرید لوازم در زندگی، تبلیغات کلامی می‌تواند مصرف‌کننده را به شیوه‌ای تحریک کند تا یک محصول را انتخاب کند که سایر روش‌های تبلیغی به این روش نمی‌توانند (Bughin, doogan & vetvik, 2010: 113-116). همچنین تأثیر جاذبه بر تبلیغات کلامی در نتایج تحقیقات اخیر به روشنی اثبات شده است (Buttle, 2012: 215-241). افزون‌براین در پژوهش دیگری شاخص‌های تبلیغات و محتوای کلامی مشتمل بر حجم و گستردگی تبلیغ و جاذبه تبلیغ معرفی شده است (Lui, 2013: 74-89) و در تکمیل این تحقیق نیز، دیویس و خازانچی، پژوهش گسترده‌تری را انجام داده‌اند و در نتایج آن علاوه بر ابعاد ذکر شده، یعنی جاذبه و گستردگی تبلیغ، بُعد دیگری به نام «کیفیت منبع» را بسیار مهم و تأثیر گذار دانسته‌اند (Davis & Khazanchi, 2011: 130-141). براین اساس اگر تبلیغ و اطلاع‌رسانی توسط شخص به شکل علمی و دقیق باشد، می‌تواند در دانش و سطح آگاهی مخاطب تغییرات مناسبی ایجاد کند.

در جهان امروز با توجه به تغییرات گسترده اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و غیره، دیگر نمی‌توان به دانش و اطلاعات کهنه گذشته و شیوه‌ها و روش‌های نامنظم قبلی اکتفاء نمود. محیط متغیر امروزی یک برنامه ریزی منظم و بکارگیری شیوه‌های متنوع را برای بازسازی سازمانی، می‌طلبد. شناسایی و تشخیص نقاط قوت و ضعف برنامه‌های اقتصادی، برای تحقق این اقتصاد مقاومتی بسیار ضروری است. زمانی که موانع و مسائل اجرایی نمودن اقتصاد مقاومتی و نقاط قوت این اقتصاد مشخص گردید به راحتی می‌توان در این مسیر حرکت کرد. در این راستا قبل از هر اقدامی باید دانش و اطلاعات زیادی کسب شود و مطالعات گسترده‌ای انجام شود.

جهت پیاده‌سازی و اجرای موفقیت آمیز برنامه‌های اقتصاد مقاومتی، باید در سطح خانواده و جامعه مؤلفه‌های مدیریت دانش^۷ (کسب دانش، حفظ و نگهداری دانش، تسهیم و به اشتراک گذاری دانش و کاربرد دانش) را به اجرا در آورد. در این راستا هریک از افراد جامعه باید در زمینه الگوی اقتصاد مقاومتی به جمع‌آوری دانش و گسترش شناخت خود بپردازند و این دانش را به صورت مکتوب و یا به طرق دیگری ثبت و حفظ نمایند و هر یک از افراد دانشی که به دست می‌آورند در اختیار همدیگر قرار دهند. در مرحله آخر دانش کسب شده را در زندگی و معیشت اقتصادی خود به کار گیرند و جامعه نیز باید زمینه کاربرد دانش را فراهم سازد. نمونه عملی دانش‌افزایی و به‌روزرسانی دانش در شخص حضرت امام علی (ع) قابل مشاهده است. آن امام از علوم مختلف در زمینه‌های گوناگون آگاهی و شناخت کاملی داشت. از منظر حضرت علی (ع) دانش و اندیشیدن از برترین عبادت‌ها برشمرده شده است: «أَفْضَلُ الْعِبَادَةِ الْفِكْرُ» (تمیمی آمدی، ۱۴۰۸ق، ج ۲: ۳۸۱) و توصیه نموده است که پیش از اقدام به کاری در مورد آن کار باید مجهز به ابزار شناخت بود و اندیشه نمود: «فَكَّرَ قَبْلَ أَنْ تُقَدِّمَ» (همان، ج ۴: ۱۷۹). حضرت امام علی (ع) در ضمن توصیه و تأکید بر بصیرت افزایی و گسترش دانش و اندیشه ورزی، می‌فرماید «إِنَّمَا الْبَصِيرُ مَنْ سَمِعَ فَتَفَكَّرَ وَ نَظَرَ فَأَبْصَرَ وَانْتَفَعَ بِالْعِبَرِ، ثُمَّ

⁶ - Competitive advantage

⁷ - Knowledge Management.

سَلَكَ جَدًّا وَاضِحًا...» (دشتی، ۱۳۸۴، خطبه ۱۵۲: ۴۷۳-۴۷۴)؛ انسان با بصیرت کسی است که بشنود و خوب بیندیشد و بنگرد و ببیند و از تجارب دنیا بهره‌گیرد، سپس در راه روشن حرکت کند.

در همین راستا آن حضرت در توصیف انسان، او را موجودی دارای عقل معرفی می‌کند که می‌تواند از ابزار علم برای کسب شناخت و دستکاری و تصرف در پدیده‌ها و موجودات این جهان استفاده نماید: «ثُمَّ نَفَخَ فِيهَا مِنْ رُوحِهِ فَمَثَلَتْهُ إِنْسَانًا ذَا أَذْهَانٍ يُجِيلُهَا، وَفِكَرٍ يَتَصَرَّفُ بِهَا، وَجَوَارِحٍ يَخْتَدِمُهَا، وَأَذْوَاتٍ يُقَلِّبُهَا، وَمَعْرِفَةٍ يَفْرُقُ بِهَا بَيْنَ الْحَقِّ وَالْبَاطِلِ، وَالْأَذْوَاقِ وَالْمَشَامِ وَالْأَلْوَانِ وَالْأَجْنَاسِ» (همان: خطبه ۱). آن حضرت استفاده از نعمت‌های الهی را منوط به بهره‌گیری از استدلال و برهان، مشاهده دقیق پدیده‌ها، توجه و تأمل در گفته‌ها و نظرات دیگران و نتیجه‌گیری از آن می‌داند و می‌فرماید: «هرکس باید از خویشتن بهره‌گیرد، زیرا شخص بصیر و بینا آنست که بشنود، ببیند و بیندیشد، نگاه کند، و ببیند و عبرت گیرد (همان: خطبه ۱۵۳). همچنین آن حضرت، تعقل را به ثروت و جاهل را به فقر تشبیه کرده و می‌فرماید: هیچ ثروتی چون عقل و هیچ فقری چون جاهل و هیچ میراثی چون ادب و هیچ پشتیبانی چون مشورت نیست (حرانی، ۱۳۸۴: ۸۹).

حضرت علی (ع)، شناخت و دانش را از ابزارهای اصلی جهت حرکت در مسیر هدف معرفی نموده است: «إِنَّ الْعَامِلَ بَغَيْرِ عِلْمٍ كَالسَّائِرِ عَلَى غَيْرِ طَرِيقٍ. فَلَا يَزِيدُهُ بَعْدَهُ عَنِ الطَّرِيقِ الْوَاضِحِ إِلَّا بُعْدًا مِنْ حَاجَتِهِ» (دشتی، ۱۳۸۴، خطبه ۱۵۴: ۴۵۰)؛ همانا کسی که ناآگاهانه حرکت می‌کند، مانند کسی است که بیراهه می‌رود. هر اندازه که در آن راه جلوتر رود، از هدف خود دورتر می‌گردد. در این راستا، حضرت علی (ع)، خودداری از اسراف و نیز حسن تدبیر را از ویژگی‌های خردمندان و اندیشه‌ورزان دانسته و فرموده است: «مِنْ الْعَقْلِ مُجَانِبَةُ التَّبَذِيرِ وَحُسْنُ التَّدْبِيرِ» (تمیمی آمدی، ۱۴۰۸ق، ج ۶: ۳۲)؛ دوری از اسراف و حسن تدبیر، از نشانه‌های خردورزی است. بنابراین با تأمل در اندیشه متعالی حضرت علی (ع) می‌توان دریافت که از زمینه‌های لازم برای ایجاد اقتصاد سالم و تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی، تغییر و به‌روزرسانی در دانش افراد جامعه است. تاجایی که آن حضرت به انسان‌ها سفارش می‌کند که قبل از هرگونه عملی (به‌خصوص در زمینه اقتصادی)، اندیشه کنند و در رابطه با آن شناخت و دانش کافی داشته باشند (کلینی، ۱۳۸۲: ۱۱۳).

۲-۷-۲: تغییر در نگرش

از منظر صاحب‌نظران حوزه علوم تربیتی، نگرش‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در زندگی، تفکر و عملکردهای فردی و اجتماعی افراد دارند. از طریق تغییر نگرش، زمینه‌ی تغییر رفتار فراهم می‌شود. در واقع لازمه تغییر در رفتارها، تغییر در نگرش است. از این رو اگر جامعه‌ای بخواهد تغییرات سازنده‌ای در رفتار افراد ایجاد کند، در گام نخست باید به مطالعه نگرش‌های آنان و زمینه لازم را برای تغییر و اصلاح نگرش‌ها فراهم سازد.

امروز کشورهای صنعتی غربی با چالش‌های جدی اقتصادی مواجه شده‌اند و رهبران این کشورها به ریاضت اقتصادی متوسل شده‌اند و جهت حل مشکلات اقتصادی خود در کشورهای در حال توسعه نیازهای کاذبی جهت فروش محصولات و تولیدات خود به وجود آورده‌اند و تا حدودی نیز در نیل به این مقصود موفق بوده‌اند. در گام نخست از برنامه‌های اصلی آنان تغییر نگرش کشورهای هدف در راستای مصرف‌گرایی صرف و تجمل‌گرایی بوده است. اساسی‌ترین قدم در راستای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی، بعد از تغییر و اصلاح در دانش و آگاهی، تغییر و اصلاح نگرش‌هاست. خانواده یا جامعه‌ای که قصد اصلاح اقتصادی را در سطح خرد (خانواده)، کلان (شهر یا منطقه) و فرا کلان (کشور) دارند باید به این باور، اعتقاد و نگرش برسند که با حرکت در مسیر اقتصاد مقاومتی، این اقتصاد قابل دستیابی است.

در مکتب اسلام به تغییر نگرش و اصلاح آن توجه و تأکید زیادی شده است. در این زمینه قرآن کریم می‌فرماید: «ذَلِكَ بِأَنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُ مُعَيَّرًا نِعْمَةً أَنْعَمَهَا عَلَى قَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَ أَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ» (انفال: ۵۳)؛ این (کیفر) بدان سبب است که خداوند نعمتی را که بر قومی ارزانی داشته تغییر نمی‌دهد، مگر آنکه آنان آنچه را در دل دارند تغییر دهند و خدا شنوای داناست. در این آیه عبارت «يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ» اشاره به تغییر در فکر و نگرش دارد. به عنوان مثال اینکه نتوانستیم الگوی صحیح اقتصادی و معیشتی داشته باشیم، می‌تواند اینطور تفسیر شود که من از لحاظ اقتصادی فردی نالایق و بی‌ارزشی هستم. یا اینکه این‌گونه نیز تفسیر شود که خانواده و جامعه، مهارت‌های لازم اقتصادی را برای من ارائه نکرده‌اند. این امر نشانگر این است که ما معنی وقایع را کشف نمی‌کنیم بلکه برای وقایع معانی خاصی می‌سازیم. از این رو هر فردی اگر بخواهد تغییری در رفتارش ایجاد کند، در قدم اول باید عقیده‌ای را که موجب ایجاد رفتارش است، تغییر دهد. نگرش امام علی(ع) در زندگی و به خصوص مسائل اقتصادی بر توکل به خداوند متعال استوار است.

اصلاح نگرش می‌تواند جلوی بسیاری از مسائل و آسیب‌ها را بگیرد. حضرت علی(ع) در راستای بصیرت‌افزایی و اصلاح و تغییر نگرش می‌فرماید: «جَعَلَ شُكُوكَ إِلَى مَنْ يَقْدِرُ عَلَى غِنَاكَ» (تمیمی آمدی، ۱۴۰۸ق، ج ۲: ۲۳۷)؛ شکایت خود را پیش کسی ببر که بتواند بی‌نیازت کند [و مشکلات را حل و فصل نماید]. همچنین آن حضرت در این زمینه می‌فرماید: «مِرَارَةُ الْيَأْسِ خَيْرٌ مِنَ الْطَلَبِ إِلَى النَّاسِ» (دستی، ۱۳۸۴، نامه ۳۱: ۹۳۰)؛ تلخی نومی‌د از دراز کردن دست به سوی مردم بهتر است. علاوه بر اینها، در حدیثی دیگر، حضرت علی(ع) پیروان خویش را از دراز کردن دست نیاز پیش هر کس و ناکسی برحذر می‌دارد: «الْمَنِيَّةُ وَالْذَنِّيَّةُ، وَالتَّقَلُّلُ وَالْتَوَسُّلُ» (همان، حکمت ۳۹۰: ۱۲۷۳)؛ مرگ آری، پذیرش پستی هرگز! تنگدستی و فقر آری! دست به دامن هر کس و ناکس شدن هرگز. بر طبق این الگو و دیدگاه اقتصادی امام علی(ع)، دل‌سپاری و امیدواری ما به کشورهای غربی و آمریکا در حل مسائل اقتصادی، حاصلی جز سرافکندگی و پشیمانی نخواهد داشت. همان‌طور که تا به امروز در عمل مشاهده شده است، دولت‌های غربی و آمریکا در مذاکرات هسته‌ای توافق کرده بودند تا مسائل و موانع اقتصادی در قبال کشورمان را برطرف کنند ولی هیچ عملکرد مثبت و مطلوبی در این زمینه نداشتند و بر وعده‌های خود عمل نکرده‌اند. این امر به‌خوبی اثبات‌کننده نگرش علمی و والای امام علی(ع) است.

ویژگی اصلی اقتصاد مقاومتی جمعی و گروهی بودن اجرای آن است. یعنی این نوع اقتصاد حاصل مشارکت اقتصادی همه افراد جامعه می‌باشد. بنابراین لازمه این امر همکاری همه اعضای جامعه در رفع نیازهای همدیگر است. این تصور که انسان‌ها در یک اقتصاد سالم و مطلوب به همدیگر وابسته و نیازمند نیستند، دیدگاه و نگرش اقتصادی مطلوبی نیست و باید این نگرش تغییر یابد. از منظر حضرت علی(ع)، در راستای تغییر نگرش‌ها، باید نقاط قوت و ثمرات و نتایج عملکرد خاصی که قصد داریم در جامعه رواج یابد، بایستی به شیوه مطلوبی تبیین شود. در این زمینه آن حضرت در راستای اصلاح اقتصادی در خانواده و جامعه به تبیین آثار و ثمرات میانه روی، قناعت و بخشش مالی می‌پردازد و از جمله می‌فرماید: «مَنْ هَانَ عَلَيْهِ بَذْلُ الْأَمْوَالِ تَوَجَّهَتْ إِلَيْهِ الْأَمْالُ» (تمیمی آمدی، ۱۴۰۸ق، ج ۵: ۲۲۹)؛ آن که بخشش اموال بر او سهل باشد، امیدها به او رو کنند. همچنین تبیین این نکته که از منظر حضرت علی(ع) کارخیز نتایج ماندگاری دارد و هرگز از بین نمی‌رود [«الْخَيْرُ لَا يَفْنَى» (همان، ج ۱: ۲۲۹)]، می‌تواند در تغییر نگرش مردم اثرگذار باشد.

یکی از زمینه‌های لازم برای تغییر نگرش در جهت ترویج اقتصاد سالم در جامعه تبیین آثار زیان‌بار دنیوی و اخروی ریخت و پاش و اسراف است. در همین راستا حضرت علی(ع) می‌فرماید: «إِسْرَافٌ وَهُوَ يَرْفَعُ صَاحِبَهُ فِي الدُّنْيَا وَ يَضَعُهُ فِي الْآخِرَةِ وَ يُكْرِمُهُ فِي النَّاسِ وَ يُهِينُهُ عِنْدَ اللَّهِ» (دستی، ۱۳۸۴، خطبه ۱۲۶: ۳۹۰)؛ اسراف گرچه صاحبش را در

دنیا بالا می برد ولی در آخرت ساقطش می نماید و در میان مردم عزیز می دارد ولی در نزد خدا پست و خوارش می سازد.

بنابراین بر مبنای آموزه های امام علی(ع) و بر اساس دیدگاه صاحب نظران مدیریت اقتصادی، داشتن مدیریت مطلوب اقتصادی و در راستای اقتصاد مقاومتی حرکت کردن، در قدم های اولیه نیازمند تغییرات اساسی در نگرش ها و دیدگاه های افراد است زیرا نگرش از تعیین کننده های مهم رفتار فرد می باشند. اجرای اهداف اقتصاد مقاومتی با تغییر سازنده در نگرش ها ارتباط انکار ناپذیری دارد.

۲-۷-۳: تغییر در رفتار

رفتار جنبه عملیاتی در انسان است که از آن تعاریف متعددی توسط صاحب نظران ارائه شده است. در روانشناسی به «هر فعالیتی که ارگانیسم (جاندار) انجام می دهد و به وسیله ارگانیسمی دیگر یا یک ابزار اندازه گیری قابل مشاهده یا اندازه گیری است» (سیف، ۱۳۹۱: ۴۱) رفتار گفته می شود. بنابراین قابل مشاهده بودن و قابل اندازه گیری و ارزشیابی بودن توسط دیگران، از ویژگی های رفتار می باشد.

به لحاظ اینکه با گذشت زمان ممکن است انحراف هایی در رفتار انسان ایجاد شود، لذا تغییر در رفتار ضرورت دارد. هدف از تغییر رفتار، هم بهبود و اصلاح رفتارهای ناسازگار و مخرب است و هم ایجاد رفتارهای سودمند و سازنده در افراد است. خداوند متعال در قرآن کریم در آیات متعددی انسان ها را به تغییر در رفتارهای ناشایست و ناپسند و روی آوری به رفتارهای شایسته فراخوانده است. در همین راستا قرآن کریم می فرماید: «إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءَ فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ» (رعد، آیه ۱۱)؛ در حقیقت، خداوند حال قومی را تغییر نمی دهد تا آنان حال خود را تغییر دهند و چون خدا برای قومی آسیبی بخواهد، هیچ برگشتی برای آن نیست و غیر از او حمایت گری برای آنان نخواهد بود.

بر همین مبنا، از روش های تغییر رفتار اقتصادی و اجرای اقتصاد مقاومتی، الگوگیری است. در این راستا خانواده ها در جامعه اسلامی به جای اینکه به الگوهای غلط غربی روی آورند، الگوهای متعالی مکتب اسلام را پیشه خود سازند. انبیاء، اولیاء و ائمه اطهار(ع) بهترین الگوی رفتاری برای جامعه بشریت است. حضرت امام سجاد (ع) در این زمینه می فرماید: «أَلَا وَ إِنَّ أَبْغَضَ النَّاسِ إِلَى اللَّهِ مَنْ يَقْتَدِي بِسُنَّةِ إِمَامٍ وَ لَا يَقْتَدِي بِأَعْمَالِهِ» (کلینی، ۱۳۸۲، ج ۸: ۲۳۴)؛ آگاه باشید که منفورترین مردم نزد خداوند کسی است که سیره و روش امامی را انتخاب کند ولی از اعمال و رفتار او پیروی ننماید.

مطابق دیدگاه حضرت علی (ع)، اگر والدین بخواهند در نقش الگویی خود مؤثر واقع گردند، باید در گام نخست، خود به آنچه می گویند عمل نمایند. در همین راستا، آن حضرت چنین می فرماید: «الْمُحْسِنُ مَنْ صَدَّقَ أَقْوَالَهُ أَفْعَالَهُ» (تمیمی آمدی، ۱۴۰۸ق، ج ۱: ۲۹۷)؛ نیکوکار کسی است که کردار او گفتارش را تصدیق کند. همچنین در این زمینه ایشان در سیره عملی خویش می فرمایند: «أَيُّهَا النَّاسُ، إِنِّي وَاللَّهِ مَا أَحْتَكُمُ عَلَى طَاعَةِ الْإِلَّهِ وَأَسْبِقُكُمْ إِلَيْهَا، وَلَا أَنَهَاكُمْ عَنْ مَعْصِيَةِ إِلَّا وَآتَانَاهِي قَبْلَكُمْ عَنْهَا» (دستی، ۱۳۸۴: خطبه ۱۷۵)؛ ای مردم! به خدا سوگند من شما را به هیچ طاعتی وادار نمی کنم، مگر این که پیش از شما خود به آن عمل می کنم؛ و شما را از معصیتی نهی نمی کنم، مگر این که خودم پیش از شما از آن دوری می نمایم.

بر اساس دیدگاه و منش امام علی (ع) جهت عملیاتی سازی اقتصاد سالم و مطلوب، باید در مرحله ای حساس و مهم، یعنی در بُعد عملی-رفتاری، افراد جامعه باید در راستای قناعت و زندگی متعادل و منطقی شیوه معیشت خود را

تغییر دهند. اگر خانواده ها در اتخاذ شیوه زندگی تجدید نظر نکنند و راه تعادل و میانه روی و به طور خلاصه اقتصاد مقاومتی را در پیش نگیرند، عاقبت دچار یأس، گرفتاری و بحران می شوند.

نتیجه گیری:

امروزه گسترش مسائل اقتصادی از چالش های اصلی جامعه جهانی و به خصوص کشورمان است. از علل به وجود آیی مسائل اقتصادی امروز، داشتن نگرش و رفتار اقتصادی نادرست در جامعه است. در کشور ما فرهنگ تجمل گرایی و اسراف در سطوح فردی و اجتماعی بیش از گذشته رواج یافته است. این در حالی است که فشار و هجوم تحریم های اقتصادی کشورهای غربی و استکباری علیه کشورمان زندگی اقتصادی اکثر خانواده ها را با چالش ها و دشواری هایی روبرو نموده است.

مطابق یافته های این مطالعه، از موانع و مسائل اصلی در ایجاد اقتصاد سالم و پایدار در کشور، ضعف در دانش، نگرش و رفتار اقتصادی افراد جامعه است. راهکارهای متعددی برای حل این مسأله مطرح شده است، ولی الگوی دینی - معنوی و به خصوص الگو و سیره اقتصادی علوی که محور مورد بررسی این مطالعه بوده است، به جهت باورهای دینی مردم جامعه ما کارسازتر است. بر این اساس، بر افراد خانواده ها ضروری است تا سبک نظری و عملی حضرت امام علی (ع) را در ابعاد مختلف، به خصوص در زمینه اقتصاد خانواده برنامه ریزی کنند و محورهای آن را در اموری چون احساس مسئولیت اقتصادی در قبال اعضاء جامعه، ترویج فرهنگ قناعت و میانه روی در زندگی و پرهیز از تجمل گرایی و به طور کلی الگوی اقتصاد مقاومتی را در عمل به اجرا درآورند. در این راستا راهکارهای عملی حضرت امام علی (ع) مشتمل بر سه مؤلفه تغییر و اصلاح در دانش، نگرش و رفتار اقتصادی است.

بر اساس نتایج این مطالعه، مضمون دیدگاه امام علی (ع) بیانگر این است که دست نیاز به سوی بیگانگان دراز کردن، جهت رفع نیازهای اقتصادی، حاصل و نتیجه ای جز زیان و ناامیدی برای فرد و جامعه نخواهد داشت. بر طبق این الگو و دیدگاه امام علی (ع)، دل سپاری و امیدواری ما به کشورهای غربی و آمریکا در حل مسائل اقتصادی، حاصلی جز سرافکندگی و پشیمانی نخواهد داشت. همان طور که تا به امروز در عمل مشاهده شده است، دولت های غربی و آمریکا در مذاکرات هسته ای توافق کرده بودند تا مسائل و موانع اقتصادی بر سر راه کشورمان را برطرف کنند ولی هیچ عملکرد مثبت و مطلوبی در این زمینه نداشتند و بر وعده های خود عمل نکرده اند. این امر به خوبی اثبات کننده نگرش علمی و والای امام علی (ع) و الگویی برای کشور در سیاست گذاری اقتصادی می باشد.

از کلیدی ترین عامل موفقیت در عرصه اقتصادی کشور کاربرد الگوی اقتصاد مقاومتی با تلفیق الگوی نظری و عملی حضرت امام علی (ع) می باشد. در این راستا راهکارهای ذیل جهت کاربرد الگوی اقتصاد مقاومتی در خانواده ها ارائه می گردد:

طراحی یک الگوی توافقی با مشارکت تمامی اعضای جامعه از سبک معیشت متناسب با اقتصاد مقاومتی - علوی (با درنظرگیری درآمد خانوار، میزان پس اندازها و مخارج معقول)، ترویج آموزه های اقتصاد مقاومتی علوی از راه تبلیغات رسانه ای، تبیین نقش هریک از اعضای افراد در اجرای سبک اقتصاد مقاومتی - علوی و نیز تشریح نقش و اهمیت اقتصاد مقاومتی به والدین و فرزندان از طریق مراکز علمی و نهاد های مذهبی مثل مساجد، کانون های فرهنگی و غیره.

منابع

۱. قرآن کریم، ترجمه مهدی الهی قمشه ای.
۲. نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی (۱۳۸۴).

۳. ابرامی، هوشنگ و فتاحی، رحمت الله (۱۳۸۶)، رحمت الله، شناختی از دانش شناسی، تهران: نشر کتابدار، چاپ اول.
۴. ابی یعقوب، احمد (۱۴۰۵ق)، تاریخ یعقوبی (ج ۲)، بیروت: دار صادر.
۵. اتکینسون و هیلگارد (۱۳۷۸)، زمینه روان شناسی، ترجمه مهدی گنجی و حمزه گنجی، تهران: نشر رشد، چاپ دهم.
۶. اتوکالین برگ (۱۳۹۲)، روان شناسی اجتماعی (ج ۲)، ترجمه علی محمد کاردان، تهران: نشر اندیشه، چاپ هشتم.
۷. اعزازی، شهلا (۱۳۸۵)، جامعه شناسی خانواده: با تأکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان، چاپ چهارم.
۸. ایروانی، جواد (۱۳۹۲)، اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث، مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی، چاپ سوم.
۹. تاکوچی، هیروتاکا و نوناکا، ایکوجیرو (۱۳۸۵)، مدیریت دانش شرکت های دانش آفرین، ترجمه دکتر علی عطافر، جبار اسلامی، آناهیتا کاه و سعید انالویی، تهران: نشر سماء، چاپ سوم.
۱۰. تیمیمی آمدی، عبدالواحد (۱۴۰۸ق)، غرر الحکم و درر الکلم (ج ۱، ۲، ۵ و ۶)، بیروت: مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.
۱۱. حرّانی، ابی محمد حسن بن شعبه (۱۳۸۴)، تحف العقول، تصحیح و تعلیق علی اکبر غفاری، مؤسسه نشر اسلامی، چاپ پنجم.
۱۲. حرعاملی، محمد بن الحسن (۱۴۰۹ق)، وسائل الشیعه (ج ۱۶)، تحقیق: مؤسسه آل البیت، انتشارات مؤسسه آل البیت، چاپ چهارم.
۱۳. سانتراک، جان دلیو (۱۳۸۹)، روان شناسی تربیتی، ترجمه شاهده سعیدی، مهشید عراقچی و حسین دانش فر، انتشارات رسا، چاپ سوم.
۱۴. سیف، علی اکبر (۱۳۹۱)، تغییر رفتار و رفتار درمانی، انتشارات آگاه، چاپ نهم.
۱۵. شعاری نژاد، علی اکبر (۱۳۹۰)، فرهنگ علوم رفتاری، نشر سپهر، چاپ هشتم.
۱۶. صدر، فاطمه (۱۳۹۱)، خانواده؛ هست ها و باید ها، انتشارات علوم قرآنی، چاپ اول.
۱۷. صدری، سید صدرالدین (۱۳۹۲)، نظام آموزش کارکنان دولت، تهران: معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، چاپ چهارم.
۱۸. طوسی، محمد بن حسن (۱۴۱۱ق)، مصباح المتعجد، بیروت: مؤسسه فقه الشیعه.
۱۹. کاتوزیان، ناصر (۱۳۹۳)، حقوق مدنی خانواده (ج ۱)، انتشارات بهمن برنا، چاپ ششم.
۲۰. کلانتری، علی اکبر (۱۳۹۰)، اسلام و الگوی مصرف (درآمدی بر کم و کیف مصرف بر اساس فقه و اخلاق اسلامی)، مؤسسه بوستان کتاب، چاپ اول.
۲۱. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۲)، اصول کافی (ج ۸)، انتشارات مکتب اسلامی، چاپ ششم.
۲۲. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷)، تجدد و تشخص در جامعه جدید، ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی، چاپ اول.
۲۳. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق)، بحار الأنوار (ج ۷۱، ۷۵ و ۷۸)، مؤسسه الوفاء بیروت، طبعه الاولى.
۲۴. مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، فلسفه اخلاق، انتشارات صدرا، چاپ بیست و هشتم.
۲۵. هرسی، پال و بلانچارد، کنث (۱۳۹۳)، رفتار سازمانی، مترجم علی علاقه بند، نشر روان، چاپ چهاردهم.
26. Bughin, J. & Doogan, J. & Vetvik, O. J. (2010). A new way to measure word-of-mouth marketing. McKinsey Quarterly, 2, 113-116.
27. Buttle, F. (2012). word of mouth; understanding and managing referral marketing, Journal of strategic marketing, 6(3), 241-254.
28. Davis, A. & ,Khazanchi, D. (2011). Aa Empirical study of online word of mouth as a predictor for multi-product category e-commerce sales, Journal of Electronic markets, 18(2), 130-141.
29. Liu, Y. (2013). Word of mouth for movies: Its dynamics and impact on box office revenue. Journal of marketing, 70(3), 74-89.
30. Steffes, E.M. and Burgee, L.E. (2009), Social ties and online word of mouth, Internet Research, Vol. 19 No. 1, 42-59.